

1. Баева И.А. Психология молодежной субкультуры: риск и перспективы роста//Народное образование. – 2010. - № 2. С. 248-256
2. Пирожков В.Д. О психологических причинах воспроизводства подростковой преступности // Психологический журнал. 1995. Том 16. № 2.
3. Табайков А.А. Преступная субкультура // Социологические исследования. – 2001. - № 3.
4. Ханипов Р. А. «Подростково-молодежная делинквентность в современной России». М., 2008г. С. 22.

Барг А.О.,

г. Пермь

СТРАТЕГИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ПРОФИЛАКТИЧЕСКОЙ АНТИНАРКОТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ С УЧЕТОМ ОСОБЕННОСТЕЙ ВОСПРИЯТИЯ РИСКОВ ЗДОРОВЬЮ

Значимость и актуальность проблемы профилактики злоупотребления алкоголем и наркотиками в молодежной среде требует сбалансированного решения вопросов, связанных, с одной стороны, с сохранением и развитием имеющегося потенциала и, с другой стороны, с выбором и поддержкой инновационных направлений, обеспечивающих позитивные изменения в наркоситуации.

В октябре-ноябре 2010 г. специалистами ФГУН «ФНЦ МПТ УРЗН» Роспотребнадзора было проведено исследование, направленное на характеристику и оценку существующей региональной системы профилактической антинаркотической работы с молодежью (на примере Пермского края), а также определение путей усовершенствования отдельных ее компонентов с учетом особенностей восприятия рисков здоровью целевой группы. Метод – экспертный опрос (полужформализованное личное интервью с использованием полудирективного путеводителя) специалистов,

компетентных в вопросах антинаркотической работы в регионе. Всего было опрошено 10 экспертов – специалистов, имеющих объективно обусловленную возможность судить об изучаемом предмете и способность высказать обоснованное мнение. Тип выборки – направленная. Эксперты представляли 4 различные группы: а) специалисты учреждений здравоохранения наркологического профиля, б) специалисты учреждений системы образования, осуществляющие профилактическую работу в учебных заведениях, в) активисты общественных организаций, ведущих антинаркотическую работу, г) ученые, занимающиеся вопросами девиантного поведения (социологи, социальные работники). Результаты экспертного опроса обрабатывались с помощью программы ATLAS/ti for Windows 95 Version WIN 4.1, позволяющий получать логические и семантические структуры для качественных данных.

Агрегация мнений опрошенных экспертов позволила отметить, что таким направлениям в борьбе с распространением психоактивных веществ как первичная профилактика и реабилитация отводится главенствующее положение в силу сложности и ресурсоемкости процессов.

По мнению информантов, в первичной профилактике в основном задействованы следующие социальные институты: семья, образование, меньше здравоохранение и надзорные органы. Причина – ранний возраст первых проб наркотиков и алкоголя, что означает нахождение человека в момент знакомства с психоактивными веществами в образовательной системе и «под патронажем» семьи (*«Школа и семья это то, на чем зиждутся все наши успехи по профилактике наркотиков, алкоголя»¹*; *«Профилактика – это у нас, все-таки больше школа, это образование»*; *«Вспомогательными я считаю – это органы здравоохранения и органы милиции»*).

Эксперты характеризуют группы риска, нуждающиеся в усиленном внимании, по возрасту следующим образом: *«...наиболее*

¹ Здесь и далее приводятся цитаты интервью с экспертами в оригинальных формулировках.

«наркотизированной» группой является молодежь лет 18 и до 30. Это занятие молодых», «...основная группа начинает выпивать лет в 10-13»; «...если говорить о возрастах первых проб, да? 14-21 год»...

Следовательно, можно говорить о том, что основной группой риска, на которую должна быть направлена первичная профилактика, являются люди в возрасте от 12 до 17 лет и особое внимание следует обращать на лиц мужского пола (*«Они более активные, мальчики, более быстрые, они быстрее соображают, они быстрее делают, они более исследователи, более подвержены «все попробовать»»*).

Процесс первичной профилактики, по мнению экспертов, требует комплексного подхода со стороны всех задействованных в нем социальных институтов и четкого государственного регулирования.

Например, средства массовой информации, роль которых на этапе первичной профилактики довольно значительна, оценивается, скорее негативно, нежели положительно. И в данном аспекте информаторы обращают внимание на необходимость государственного вмешательства (*«Можно говорить о цензуре в СМИ, курение там, например, о цензуре в СМИ по алкоголю, чтобы не было там вот»; «кино, телевидение, что не фильм, то там наркоман, курящий и т.д. Это не запрещается, и вызывает аппетит у молодежи. Это самая настоящая реклама»*). В этой связи говорится также о необходимости воспитания с помощью СМИ определенных общественных норм и ценностей, например, культуры потребления алкогольной продукции.

Наиболее актуальным среди экспертов оказался вопрос о выработке оптимальных методик и методов профилактического информирования подростков. Первостепенной кажется проблема избытка негативной информации, которая, воздействуя на сознание объекта, дает обратный эффект, то есть не уберегает от потребления ПАВ, а зачастую вызывает любопытство к теме, либо отторжение и экранирование от нее. (*«До 80-х годов нам вообще запрещалось поднимать эту тему, дабы не возбуждать*

любопытство»; «[Информация] это код, это код, символ, определенный, который входит в наше подсознание, минуя наше сознание, и активно там начинает размножаться и соответственно...»). Как раз в этой связи эксперты говорят об отсутствии системы позитивно ориентированной профилактики, которая кажется им наиболее действенной.

Предложение информантами различных техник профилактики условно можно сгруппировать следующим образом: 1. Прямое взаимодействие с представителями групп риска (тренинговые групповые занятия, индивидуальные консультации для детей и родителей, лекционные занятия с привлечением специалистов, не относящихся к образовательной системе). 2. Дистанционное взаимодействие с лицами групп риска (печатная продукция, содержащая справочный контент по проблеме, медиа- технологии, объявление государственных конкурсов в области здорового образа жизни с привлечением учащихся различного уровня образовательных учреждений).

Здесь следует отметить, что, несмотря на привычный набор методов, главным аспектом, на который указывают эксперты, является форма представления материала и работы с объектами профилактики. Основной задачей, определенной специалистами, становится поиск оптимальной формы взаимодействия субъекта и объекта. Решить эту задачу можно, по мнению респондентов, учитывая все характеристики объекта. Поскольку первичная профилактика в основном направлена на подростков, опрашиваемые предлагают в первую очередь учитывать их проблемные точки, которые формулируют так:

1. Отсутствие навыков стрессоустойчивого поведения (*«столкновение со стрессом и недостаточность механизмов, которые смогли бы удержать человека»; «на тему навыков какого-то стрессоустойчивого поведения, а у него тут ЕГЭ, а у него поступление. Тогда он научится другим способом снимать стрессы»*).

2. Отсутствие навыков свободного общения (*«правонарушители, в том числе и пойманные со спиртным, вот, проблема была только в общении.*

Они не умели общаться»; «Вот если мы сможем разговорить подростков – это 90% успеха»).

3. Отсутствие четкой структуры ценностей (*«молодежь сейчас растет без ценностей, без принципов, таких вот идеологических»*).

4. Ограничения в восприятии информации (*«лекции – это 10% усвоенной информации. Это не эффективно»; «вот эти всякие памятки, где это все написано. Та же самая информация, но красиво оформленная. Не писать очень много умных слов, а конкретика, да?»*).

Для работы с этими особенностями основного контингента риска указывается на необходимость не только поиска оптимальных форм взаимодействия, но и подготовки компетентных специалистов, способных к такой работе. Помимо подготовки специалистов, повышения квалификации, систематического подтверждения уровня своей компетенции, предлагалось также построить систему рейтинга педагогов в школе среди учащихся, что позволит выявить тех из них, которые воспринимаются детьми как авторитет и которые смогли бы частично взять на себя функцию проведения профилактической работы в образовательном учреждении.

Таким образом, для повышения эффективности профилактической антинаркотической работы с молодежью органам, организациям и лицам, чья деятельность связана с данным направлением, рекомендуются следующие мероприятия информационно-пропагандистского характера:

1. Развитие навыков самосохранительного поведения, формирование здорового образа жизни у молодежи региона (повышение уровня информированности молодежи в вопросах рисках здоровью, детерминированных употреблением алкоголя и наркотических веществ; активная пропаганда в молодежной среде замещающих форм проведения досуга, социально-активных практик; включение средств массовой информации в процессы формирования у молодежи мотивации к личной ответственности за своё здоровье, основанного на использовании актуальных

форм и средств информационного воздействия, адаптированного по отношению к целевой аудитории).

2. Формирование информационной базы для эффективной реализации профилактической работы (увеличение числа информационных поводов; обеспечение свободного доступа к информационным материалам, в частности, по вопросам оказания наркологической помощи несовершеннолетним; внедрение в практику информирования инновационных методов и средств, базирующихся на использовании современных информационных технологий).

Бердинских М.,

г. Киров

ИМИДЖ ОРГАНИЗАЦИИ - ОСНОВА ДЛЯ ДОВЕРИЯ ИЛИ ЛЖИ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Имидж является обязательной частью сферы нематериальных ресурсов любой организации. В.М. Шепелю принадлежит фраза, точно отражающая реалии сегодняшнего дня: «Имидж — это не просто деньги, имидж — это большие деньги, имидж — это больше чем деньги» [1]. В настоящее время, когда деятельность любой организации нацелена на отстаивание и закрепление своих позиций на потребительском рынке, имидж становится сильнейшим инструментом в борьбе за «свое место под солнцем».

Организации любого толка начали понимать, что умение или неумение управлять информационными потоками, анализировать и контролировать информационное пространство может принести как серьезные дивиденды так и привести компанию к полному краху. Время, когда имидж предприятия многими толковался исключительно на габитарном уровне как сочетаемость галстука руководителя с его костюмом, аобщество рассматривалось бизнес-структурами лишь как пассивный объект рынка, безвозвратно ушло. Общество, находящееся в процессе непрерывной трансформации, диктует участникам рынка новые правила игры. От преуспевающих организаций оно